

**FACTORES DE EXITOS EN LAS PYME FERRETERAS DEL SECTOR CENTRO
DE VALLEDUPAR 2016-2017**

Estudiantes:

Miriam Yaneth Carranza Diaz

Francia Elena Suarez Chacón

Asesores:

Yoly Tatiana Polania

Directora de Programa de Finanzas, Comercio Exterior y Contaduría

Dirección Académica Empresarial

Uniempresarial Cámara de Comercio de Bogota

Facultad Administrativa

Especialización en Alta Gerencia

Bogota – Colombia

TABLA DE CONTENIDO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
MARCO REFERENCIAL	17
MARCO TEÓRICO	23
MARCO CONCEPTUAL.....	25
METODOLOGÍA.....	29
PLAN ADMINISTRATIVO.....	32
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	34
CONCLUSIONES	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el entorno económico actual de desarrollo de los países latinos, los recursos y actividades intangibles se han convertido en la principal fuente de generación de beneficios económicos futuros según dicen Evinson y Malone al citar a Lev (2001). Sin embargo, las dificultades que entraña en muchos casos sobre la medición fiable de su valor así como de las restricciones existentes para una delimitación clara de su control o propiedad por parte de las medianas empresas, limitan la posibilidad de su reconocimiento como parte del patrimonio de la sociedad, con motivo de la prudencia y conservadurismo que caracteriza el tratamiento de los activos intangibles en la mayor parte de los ordenamientos contables actuales.

El que no tengan los activos intangibles existencia física no debe confundirse con que no exista una documentación justificada de su titularidad como empresa. Para ello, tienen que cumplir el criterio de identificabilidad, que para su calificación como activo se establece conceptualmente en la contabilidad de una empresa y tener una vida útil superior a un año. Vida útil para los activos del inmovilizado intangible significa que sean capaces (como tales activos inmateriales) de generar ingresos para la compañía; que tengan una vida legal determinada o sean susceptibles de atribuírseles su propio valor actual de mercado. Todo, desde la perspectiva de que el individuo es el único dueño del conocimiento en las empresas.

Por consiguiente, estos conocimientos propician en las organizaciones la identificación de los factores claves de éxito y permiten encontrar los medios para reducir las limitantes de reconocimiento como también de la valoración del capital intelectual tal como lo es la inadecuada selección del personal; según FENALCO, (Federación Nacional de Comerciantes), los procesos de selección de personal solo es requerido por un insignificante número de pequeñas empresas, no realizan el proceso selectivo sino que en las Mypimes la mayoría de los trabajadores ingresa por parentesco o recomendaciones.

Según Trahtemberg (2000: 12), citado por Añez (2005), los recursos humanos son y serán cada vez más, un factor determinante de la competitividad de la empresa es mantener personal capacitado, ya que puede percibir más rápida y claramente los cambios. Es así como no solo son los conocimientos y habilidades con que cuente el trabajador, sino que la organización en el análisis de competencias claves, las aproveche y las adapte a los cambios competitivos del mercado.

En este punto, es posible que el cambio de paradigma sea una revuelta de generación de conocimientos apoyados en las herramientas tecnológicas y adoptadas cada vez más ampliamente desde los años ochenta por los países de América Latina.

En este sentido, según los autores Paredes y Polo (1995), Latinoamérica se debate en su terrible crisis política, económica y social, partiendo desde la importancia de la protección del mercado hispanoamericano contra las importaciones provenientes de otros países, para promover las exportaciones intra-regionales.

Al respecto, los mismos autores Paredes y Polo (1995) indican, que las organizaciones requieren mirar el capital estructural y saber en qué momento el individuo que posee el conocimiento adquiere la suficiente experiencia, el cual permitirá a la organización reducir sus costos de elaboración, dado que a mayor experiencia de los trabajos de equipo, más eficiente es la curva de aprendizaje, más rápido se aprende y mejores son las propuestas de optimización.

Quinn, Anderson y Finkelstein (1996), explican que “los conocimientos prácticos avanzados (saber cómo) convierten el ‘aprendizaje de libro en aplicación eficaz’”. Es decir, que el ser humano desarrolla la capacidad de aplicar las reglas básicas de una disciplina a los problemas complejos del mundo real es el grado de destreza profesional de creación de valor más generalizado.

De allí que, la importancia del saber-cómo (Know-how); tal y como lo expresa Garud (1997), “es la base de las ventajas competitivas sostenibles de cualquier organización, ya que la transferencia de éste conocimiento es difícil entre empresas por sus diferencias en modelos organizacionales, productivos, tecnológicos, culturales, y por las restricciones que la propiedad intelectual impone”.

Bueno (2003), opina “que la creatividad es el proceso por el cual se facilita la aparición de nuevas ideas y consecuentemente por el que se desarrolla la inventiva”. Por tanto, la creatividad se la considera como precursora de la innovación. Para la mayor

parte de las organizaciones se trata de una medida crucial que hará que las organizaciones en el medio/largo plazo se diferencien en base a productos o servicios nuevos y de mayor calidad.

Esta cosmovisión de la organización obliga a los responsables de la gerencia a identificar y valorar cada uno de los factores generadores de beneficios, sean tangibles o no. En las últimas décadas, las economías maduras han prestado mucha atención a los bienes intangibles, llegando así al concepto de capital intelectual, fortaleciendo el paradigma de la sociedad del conocimiento.

Por otro lado, el esfuerzo en la investigación y desarrollo dentro de las empresas, según CIC (Centro de investigación sobre la sociedad del conocimiento) (2003), conlleva a la realización de trabajos creativos que se emprenden de modo sistemático a fin de aumentar el volumen de conocimientos sobre la realidad, así como la aplicación de tales conocimientos para concebir nuevas aplicaciones, tales esfuerzos están representados por los recursos financieros y humanos en investigación y desarrollo, esto es, gastos, personal y proyectos en investigación y desarrollo.

Por ello, las organizaciones de América Latina y en especial las colombianas que se encuentran en la costa, requieren madurar la idea de una dotación tecnológica. El CIC (centro de investigación sobre la sociedad del conocimiento, 2003), publica que “son un conjunto de conocimientos, métodos y técnicas, acumulados mediante fuentes internas (bases de datos), donde la organización incorpora a los procesos para que sean más

eficaces y eficientes, estos están representados por: sistemas tecnológicos, equipos e instrumentos necesarios para las actividades de producción de bienes y servicios, así como también las tecnologías de la información”.

Sin embargo, la OMPI (2004), manifiesta que las empresas sin importar su tamaño requerirán en el manejo de la propiedad intelectual una ejecución donde exista la protección sobre las ideas que tienen aplicación en cualquier actividad del sector productivo o de servicios y que emana de un individuo trabajador de la misma.

Al respecto, en Colombia, para oficializar esta protección se requiere un registro formal en la Superintendencia de Industria y Comercio y sólo es válido por un tiempo limitado (alrededor de 20 años) lo que asegura el monopolio de su explotación económica, es decir, se protege la idea pero sólo en el caso en que tenga una aplicación industrial.

En este orden, se observa a través del trabajo de campo agotamientos en las soluciones tanto estructurales como tecnológicas que se deben implementar en las microempresas en Valledupar Colombia, teniendo elementos causales como la poca valorización a los recursos, poco valor a las capacidades competitivas desde el conocimiento, del mismo modo se encuentra la mínima divulgación de un proceso de innovación y generación del conocimiento, falta de documentación de procesos (memoria tecnológica), poco interés de asimilación, adaptación como adopción de nuevas tecnologías, predominio de un modelo burocrático en el manejo del conocimiento.

Edvidsson y Malone (2004), expresaron que “el capital intelectual está formado por todos los recursos intangibles” (Edvidsson y Malone, 1999; Roos y Roos, 1997) y por sus interconexiones (Bontis 1998; Roos, Roos, Dragonetti y Edvinsson, 2001), considerando como recursos a todos aquellos factores que contribuyen a la generación de valor para la empresa y que se encuentra, de forma más o menos directa, bajo el control de esta (Bontis et al.,1999). De acuerdo con lo anterior el reconocimiento de estos recursos dentro de la organización será un factor clave de éxito y se constituye en la piedra angular en la generación de valor en la organización.

En el mismo entorno, las empresas requieren de un clima organizacional donde el trabajador se siente libre de expresar acerca medio laboral en que se encuentran, así como lograr un aprendizaje de las pautas de comportamiento que rigen la organización para lograr un clima en una cultura organizacional adecuada con todos los componentes requeridos para su desempeño laboral.

En este panorama, los factores institucionales de las organizaciones, sobre todo lo significativo a mercado, políticas o regulaciones económicas comienzan a ser importantes mostrándose acciones que permitan el éxito en las empresas colombianas, esto conlleva a que si existe un reconocimiento de los entonces puede construirse una inteligencia organizacional basadas en el conocimiento de la fuerza laboral, creando otros valores intangibles. Haciendo la apología de la teoría marxista sobre la “plusvalía”.

Por otro lado, en los países en vías de desarrollo, incluyendo a Colombia, el desconocimiento sobre la importancia de los “activos intangibles” y en el mejor de los casos estos son categorizados por el empresario como: la prima del negocio y los más técnicos como buen nombre, según estudios realizados por Rodríguez Genoveva (2003) las Mipymes colombianas son empresas de origen familiar, lo que las hace altamente dependientes de las personas que las crearon o dieron origen a la empresa. Estos emprendedores natos, toman sus decisiones de manera intuitiva, son extremadamente pragmáticos y es basado en su experiencia que toman decisiones de tipo gerencial.

En el caso concreto del departamento del Cesar, y a su capital - Valledupar, en la práctica, en la mayoría de las pequeñas e inclusive algunas medianas empresas, se presume la ausencia de reconocimiento de activos intangibles como factor clave de éxito, en el mejor de los casos solo llevan una contabilidad elemental y su objetivo final se traduce únicamente en arrojar informes financieros al finalizar el periodo, sin valorar aspectos relacionados con el conocimiento generado durante el proceso productivo, lo cual limita su capacidad de diagnosticar acertadamente su desempeño.

De las indagaciones anteriores, se presumen las posibles causas que originan dicha problemática; en primer lugar, la ausencia de lineamientos o estrategias que guíen su accionar empresarial, puesto que es evidencia inexistencia la cultural de plasmar por escrito las actividades y proyectos a ejecutar dentro de las políticas de la organización, así como también la inexistencia de socialización de estos proyectos con sus colaboradores y la baja inversión en activos intangibles, para desarrollar compromisos y aptitudes de innovación.

A esto se suma, otras limitantes como: formación gerencial inadecuada de sus administradores que generalmente son sus propietarios, desconocimiento de la gerencia de aspectos financieros básicos, existencia de inadecuados canales de información, no se efectúan estudios de mercados, desconocimiento de aspectos tecnológicos a implementar en la empresa, falta de habilidad gerencial para aprovechar las oportunidades del entorno.

En efecto, esto trae como consecuencia la inexistencia en estas microempresas, de la valorización de activos intangibles, o como mínimo que por parte de los directivos de esas empresas sea el reconocimiento o el entendimiento de la importancia que dichos intangibles tienen para la buena marcha de la empresa, así mismo, si bien es cierto que de estas Mipymes, algunas hacen en el mejor de los casos, someros estudios de mercado, también es cierto que la gran mayoría de ellas desconocen la importancia que tiene el saber en detalle tanto de sus clientes, (demanda), como de la competencia, (oferta).

Por otra parte, el grado de desarrollo del país en lo general y de la región en particular, también tiende a coartar el impulso de la sociedad del conocimiento, pues si no se ha fortalecido industrialmente, es menos concebible que tenga adelantos tecnológicos y preocupación por aspectos intangibles del valor, por lo general, este tipo de economías, tienen un bajo componente industrial, siendo el sector comercial el de mayor crecimiento, las cuales tienden a dar valor monetario solo a sus activos tangibles, desdeñando el hecho de valorar “lo que no se ve, lo que no se puede tocar” creyendo que por esta: no-naturaleza, no tiene valor. En el mejor de los casos algunas empresas contemplan el valor

de “la prima” o de “buena voluntad” relacionándolo habitualmente con el mercado, esto es con la demanda o con el posicionamiento de marca.

En virtud de estos planteamientos, se entiende entonces la inexistencia en las microempresas de sistemas o métodos para valorar los activos intangibles, tales como el talento humano, capacidades y potencialidades organizacionales entre otros. Se entiende a su vez el por qué se origina la ignorancia de muchos empresarios en lo relacionado a prácticas de mercadeo, estudios de marketing, utilización de la información que día a día va recabando la empresa, del mismo accionar empresarial.

Por consiguiente, de continuar la situación, las microempresas continuarán sin valorizar sus activos intangibles y como consecuencia, estarían subvalorando su empresa, desconocerán el valor que aportan sus trabajadores, la importancia del conocimiento que poseen, que han recabado a lo largo de su desarrollo y que difícilmente otras empresas similares la tendrán; desconocerán el potencial del mercado, desconocerán los deseos y preferencias de los clientes, las cuales son cambiantes, no sabrán sobre oferentes nuevos, la competencia les ira restando clientes, la empresa no podrá valorar el capital organizacional que posee, se echarán por la borda los años de experiencia y de mejoramiento continuo de los procesos establecidos, la competencia que llegare a estar pendiente y atenta a los cambios del mercado será la beneficiada con este escenario.

En este sentido se requiere que se genere un cambio en la gestión de los activos intangibles el cual involucre su inclusión en el plan financiero de la organización, su

registro y control, permitiría una valoración integral de la inversión y del patrimonio de los socios, así como una medida más real de la rentabilidad y riesgo del negocio, todo lo cual se traduce en un uso más eficiente de los recursos hacia la generación de valor de los grupos de interés. Otro tanto puede decirse y amerita una especial atención a los factores claves del éxito, al estudio permanente, detallado y pormenorizado tanto de la oferta como de la demanda, traerá que la empresa conozca que requiere el consumidor y como se encuentra la competencia. Este escenario es el ideal por cuanto la empresa saldría a todas luces ganadora. Por tal motivo, ante la problemática planteada, se requiere realizar una investigación orientada al reconocimiento de los activos intangibles como factor clave de éxito en los micros, pequeñas y medianas empresas.

1.2 **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

A través de las evidencias presentadas, se formula el problema mediante la siguiente pregunta:

¿Cómo es el reconocimiento de activos intangibles como factor de Éxito para la generación de lineamientos teóricos en las microempresas?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el reconocimiento de activos intangibles como factor de Éxito para la generación de lineamientos teóricos en las pequeñas empresas

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Proponer lineamientos teóricos para el reconocimiento de los activos intangibles como factor de éxito en las microempresas

Identificar componentes y elementos del Capital estructural y humano en las microempresas.

Caracterizar los factores de éxito en las microempresas.

Establecer los tipos de competencias en el marco de la gestión de un negocio como factor clave de éxito en las microempresas

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La teoría financiera del valor y el enfoque sistémico y estratégico de la gerencia abordados en este estudio, se constituyen frente a parámetros de eficiencia en la gestión de los activos intangibles en las microempresas; esto en razón de que los conceptos de activos intangibles, capital intelectual y todas sus connotaciones, tiene igual validez tanto para la micro como la gran empresa, no pretendiendo crear una nueva teoría, pero si aplicar las existentes al contexto señalado, esperando que esta adecuación conceptual permita la generación de lineamientos técnicos para la valoración de activos intangibles en empresas comerciales.

La gestión de estos activos es un aporte a los conocimientos financieros de las microempresas, pudiendo realizar avances que permiten desde el punto de vista teórico un enfoque del reconocimiento necesario de los mismos como factor clave al éxito, teniendo alguna influencia sobre la teoría de recursos y capacidades en los trabajadores, que van más allá de los meros conocimientos técnicos utilizados por los mismos.

La presente investigación tiene una amplia relevancia por cuanto la dinámica económica en las últimas décadas y como consecuencia de la globalización ha cambiado ostensiblemente, hoy más que nunca es totalmente cierto y valido el viejo axioma de que “el pez grande se come al chico”, si las microempresas, de cualquier renglón de la economía, ya sea el primario, secundario o terciario, no están inmersas dentro de la cientificidad que les permita ser competitivas, tienen la tendencia a desaparecer al ser absorbidas por empresas superiores, pero si ellas, llegan a visualizar todo el potencial que tienen tanto en su talento humano, en la información recabada durante años, en sus

procesos establecidos y que son producto de la práctica, si dichas empresas entienden que indiscutiblemente deben estar pendientes del mercado y de sus cambios, muy seguramente no solamente crecerán cuantitativamente sino también en calidad.

Lo anterior, si las pequeñas empresas establecen en sus prácticas los lineamientos generados a partir de este estudio, se conocerá a detalle su comportamiento, generando un mayor valor económico y por ende elevar la calidad de la gestión, lo que redundará en crecimiento para la empresa.

De igualmente la generalización de los resultados permitirá fomentar una cultura de valorización de lo intangible desde un aspecto mucho más amplio dado que sus aportes no solo serán metodológicos, teóricos, sino prácticos, con incidencia en lo social. En este sentido, se observará un aporte social en la investigación, la cual estará orientada a identificar los recursos así como distinguir las capacidades desde el conocimiento que deben aplicar los gerentes y coordinadores del sector ferretero en Valledupar, los cuales permitirán un manejo de las soluciones desde la perspectiva de un líder resonante, con actitud más responsable y participativa.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO CONTEXTUAL

Con el fin de apoyar el marco referencial de la investigación fue necesaria una exhaustiva revisión de distintos trabajos de investigación que fueron desarrollados con anterioridad sobre los temas de estudios aquí propuestos referidos a las variables objeto de estudio, a continuación se presentan las investigaciones relacionadas con cada variable.

Por su parte, Soto, Carla A. (2014), presenta un trabajo titulado Modelo para la gerencia del conocimiento en empresas de servicios de acondicionamiento ambiental. Esta investigación tuvo como objetivo proponer un modelo para la gerencia del conocimiento en las empresas de servicio de acondicionamiento ambiental.

Para tal propósito, se desarrolló el marco teórico fundamentado en los modelos de la gerencia del conocimiento de Rivero (2002), Kouloupoulos y Frappaolo (2000), Muñoz y Riverola (2003), Nonaka y Takeuchi (1999) y Probst, Raub y Romhardt (2001). Metodológicamente la investigación en su primer momento fue del tipo descriptiva y de campo, en su segundo momento, del tipo proyectiva o proyecto factible. El diseño de la investigación fue de campo no experimental, transeccional descriptivo. La población estuvo conformada por cincuenta y dos (52) gerentes generales, se tipificó como finita y accesible en razón de ello se aplicó un censo poblacional.

Al respecto, se construyó un instrumento, constituido por un cuestionario de ochenta y dos (82) ítems, con una escala de respuesta tipo múltiple con cuatro (4) alternativas. La validez se determinó a través de la técnica de Juicio de Expertos, con un

resultado del coeficiente de confiabilidad de 0.92, recurriendo a la estadística descriptiva y promedios aritméticos para el análisis de los datos.

Entre los resultados obtenidos se encuentran que la mayoría de los gerentes responden de manera positiva reconociendo la importancia de la gerencia del conocimiento, aunque no siempre se aplican técnicas de gestión adecuadas o se desarrolla con la misma importancia que el resto de los activos intangibles de la empresa; también se observa un déficit en las inversiones para lograr que el conocimiento se convierta en apoyo principal de la competitividad y no se implementan actividades formativas externas. Es a partir de estos resultados que se procede a diseñar el modelo para la gerencia del conocimiento en las empresas estudiadas.

El aporte del trabajo referenciado contribuyó a ampliar la fundamentación teórica de las dimensiones de valoración de activos intangibles en procesos estructurados así como la importancia de diseñar lineamientos técnicos para el reconocimiento de los activos intangibles.

El antecedente tomado en cuenta como estudio realizado por Torres, M. (2014), titulado Comunicación interna y la gestión del conocimiento en las unidades de información de la industria petrolera, tuvo el objeto de determinar la relación entre la comunicación interna y la Gestión del Conocimiento en las unidades de información de la Industria Petrolera.

Tiene como propósito describir el proceso comunicativo interno en las unidades de información y la gestión de los activos intangibles como es el conocimiento, valor para las organizaciones en la nueva era actual, observando como la empresa la manejan hasta llevarla a ser una herramienta importante en su desarrollo. Sustentado en planteamientos

teóricos aportados por Barcelo (2001), Benavides y Quintana (2003), Romero (2005), Andrade (2005), Ramírez (2006), Paniagua y López (2007) entre otros.

Por otro lado, el tipo de investigación fue descriptivo correlacional bajo la modalidad de campo. En cuanto al diseño fue no experimental de tipo transeccional seleccionando como población a 42 trabajadores de las Unidades de Información de las empresas seleccionadas en el sector ferretero. Para la recolección de la información se aplicó un cuestionario autoadministrado con preguntas de opciones de respuesta en la escala de Likert el cual fue presentado y validado por ocho expertos. El coeficiente de confiabilidad del instrumento alfa Cronbach arrojó un 0,98.

En este sentido, al concluir el estudio, se arrojan conclusiones las cuales plantean que es necesario reforzar los principios básicos organizacionales dentro del proceso de comunicación interna y enfatizar los procesos y las dimensiones de la gestión del conocimiento en Industria Petrolera. Se recomienda que se ejecute actividades con el fin de propiciar la transferencia del conocimiento entre los empleados, para que estos coordinen todas sus actividades en torno a los conocimientos que ya han sido capturados, procesados y ordenados.

Este antecedente presentado, proporciona bases teóricas para los componentes del talento humano en las empresas.

El trabajo presentado por Bobadilla, M. (2015), titulado Gestión del conocimiento como plataforma para la generación de activos intangibles en empresas privadas del sector zapatero, tuvo el propósito de analizar la gestión del conocimiento como plataforma para la generación de activos intangibles en las empresas de la Costa Oriental del Lago de Maracaibo.

Teóricamente, estuvo fundamentado en los planeamientos de autores, como: Canals, (2003), Riesco G, (2006), sin descartar las argumentaciones teóricas y prácticas de otros autores relacionados directamente con este esfuerzo de investigación.

Metodológicamente, la investigación se tipificó como analítica, con un diseño no experimental, transeccional - descriptivo, de campo, la población a estudiar estuvo constituida por 33 sujetos, quienes se les aplicó un cuestionario de 42 ítems con un escalamiento de cinco alternativas de respuestas.

Por otro lado, la validez del instrumento se determinó a través de la técnica de juicio de expertos; y mediante el coeficiente de Cronbach arrojando valores de 0.87. Para la confiabilidad se utilizó el método de estadística de las dos mitades y la corrección de Spearman-Brown, arrojando un valor de 0.86. El procesamiento de los datos se ejecutó mediante la estadística descriptiva, aplicando las medidas de tendencia central y variabilidad.

Se concluyó que la Gestión del Conocimiento en las empresas privadas del sector zapatero de la Costa Oriental del Lago de Maracaibo, ha servido como plataforma para la generación de activos intangibles en una alta proporción, pero el análisis realizado conforme al criterio establecido para el mismo permite señalar que este esquema de producción de activos de conocimientos tiene que ser evaluado en concordancia con los requerimientos tecnológicos actuales pues la creación y transmisión de conocimiento dada la naturaleza del entorno en cual operan, por lo cual se recomendó revisar sus esquemas de actuación a fin de establecer la participación de sus miembros en cuanto al diseño de estructuras organizacionales que respondan a la naturaleza no solo de sus objetivos específicos sino esencialmente a su paradigma de gestión que le es propio.

Entre los aportes que arroja el antecedente reseñado, está en la información de interés centrado para las bases teóricas concerniente en particular los activos intangibles, pudiéndose ser adaptados a la presente investigación en el ámbito del contexto de micro, pequeñas y medianas empresas

El estudio presentado por Romero, M (2012), tuvo como propósito determinar la relación entre la Gestión del Conocimiento y la Competitividad en la pequeña y mediana empresa que asisten al gobierno local del Municipio Puebla Mexico, en una investigación de tipo descriptivo correlacional, con un diseño de campo no experimental y transversal. La población fue conformada por 36 gerentes de la pequeña y mediana empresa del sector metalmecánico. La recolección de datos se realizó a través de dos cuestionarios con escalas tipo Likert, validando sus contenidos mediante el juicio de expertos. Se efectuó una prueba piloto y se determinó una validez de constructo de (0,98 y 0,97) usando el coeficiente de alfa Cronbach.

Para tal estudio, la confiabilidad obtenida fue (0,99) para ambos cuestionarios utilizando el coeficiente de Spearman Brown. El análisis de los datos se realizó con la estadística descriptiva; la dispersión fue medida mediante el coeficiente de variación y la asociación entre variables con el coeficiente de Pearson.

Como conclusiones, se evidenció la realización implícita por parte de las empresas de las actividades de un proceso de gestión del conocimiento a través de la adquisición, selección, conversión así como de resguardo del conocimiento a un nivel satisfactorio, ofreciendo margen para mejoras de esta gestión, pero mostrando un alto desempeño en la aplicación del conocimiento adquirido, influenciado dicho proceso por los factores de aporte del recursos humanos.

Estos estudios permiten dar una referencia más aplicable y clara hacia la problemática que se presentan en las microempresas en sus modelos de administración del conocimiento. Al respecto, este factor como también el de cultura organizacional, liderazgo, y estrategia, fueron sustentados sobre teorías que permitieron que la investigación actual tenga base en la asociación de las variables. El mismo, tuvo mediante el coeficiente de Pearson de (0,9005), una correlación positiva.

La investigación en cuestión aporta a este estudio demostraciones teóricas para la discusión de esta forma se realizará una comparación la cual incitará posibles soluciones para el análisis del trabajo que se realiza por el contenido de activos intangibles manejada por la investigación del referido autor.

2.2 MARCO TEÓRICO

Tamayo y Tamayo (2000) indican que el tipo de investigación se define según el problema a abordar, y el propósito del autor en la misma. Basado en esto, se ha definido la presente como una investigación observacional con observador participante natural, realizando observaciones mediante la encuesta, en la cual el investigador no modifica la realidad existente. Desde este punto de vista se detecta como problemática en las microempresas de Valledupar, agotamientos de las soluciones tanto estructurales como tecnológicas que se deben implementar donde existe poco valor a las características competitivas desde el conocimiento como también mínima divulgación de trabajos o esfuerzos de innovación, falta de documentación en los procesos, poco interés de asimilación, adaptación como adopción de nuevas tecnologías, entre otras, lo que lleva a observar los posibles lineamientos que apoyen a estas empresas.

En este marco, Edvidson y Malone (2004), consideran que el manejo de recursos, el factor del éxito será el que le permita a la empresa sobrevivir y prosperar en un mercado competitivo en primera instancia, haciendo reconocimiento y considerando a los clientes como base primordial de la empresa, saber cuáles son sus necesidades y sus comportamientos para poder suministrarles lo que ellos demandan, y en segunda instancia poder superar a la competencia mediante el conocimiento perfecto del mercado. Logrando esto la organización trazara la estrategia específica acorde a las conclusiones y circunstancia del mercado.

Al respecto, según estudios realizados por Rodriguez Genoveva (2003), en las Mipimes colombianas enfoca a las mismas, como empresas de origen familiar, lo que las hace altamente dependientes de las personas que las crearon o dieron origen a la empresa.

Estos emprendedores natos, toman sus decisiones de manera intuitiva, son extremadamente pragmáticos y es basado en su experiencia que toman decisiones de tipo gerencial.

Adicionalmente, podría expresarse que el proceso descrito de recaudar información de la gerencia, coordinadores y empleados, permite observar que están haciendo, consiguiendo con los procesos, al igual se sabría el camino que toman hacia valorar el componente del talento humano.

3. MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Activos Intangibles

De acuerdo con las normas internacionales de contabilidad del sector público, específicamente la Norma 31 (NICSP 31) de Colombia, relacionada con los Activos Intangibles, indica que con frecuencia las entidades emplean recursos o incurren en pasivos, para la adquisición, desarrollo, mantenimiento o mejora de recursos intangibles, tales como el conocimiento científico o tecnológico, el diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas, las licencias o concesiones, la propiedad intelectual o las marcas (incluyendo denominaciones comerciales y derechos editoriales).

Otros ejemplos comunes de partidas que están comprendidas en esta amplia denominación son programas informáticos, patentes, derechos de autor, películas, listas de usuarios de un servicio, licencias de pesca adquiridas, cuotas de importación adquiridas y las relaciones con los usuarios de un servicio.

Por lo antes expresado, para la Norma 31 (NICSP 31), aclara que los activos intangibles son aquellos identificables, de carácter no monetario y sin apariencia física. Los valores o activos denominados “Intangibles” se refieren con un sentido restringido para aquellos activos que producen beneficios parecidos a los que producen los bienes de uso o de renta y que no pueden materializarse físicamente, también se definen como el conjunto de bienes inmateriales, representados en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos porque contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades por medio de su empleo en el ente económico.

Por otro lado, los autores Evinson y Malone al citar a Lev (2001), se considera que los recursos intangibles son aquellos que pueden generar valor en el futuro, pero que,

sin embargo, no tienen un cuerpo físico o financiero; por ende los recursos organizacionales y el talento humano deberían administrarse a incrementar el patrimonio empresarial.

En este orden, para Ordoñez de Pablos (2002), la nueva economía el recurso por excelencia ya no son los factores económicos tradicionales – tierra, trabajo y capital – sino el conocimiento, un activo que a pesar de no lucir en la contabilidad, contribuye de forma notable a los resultados de la empresa.

Los activos intangibles, en este sentido, son una serie de recursos que pertenecen a la organización, pero que no están valorados desde un punto de vista contable. También son activos intangibles las capacidades que se generan en la organización cuando los recursos empiezan a trabajar en grupo, mucha gente en lugar de capacidades habla de procesos, o rutinas organizativas. Por lo que, el conocimiento asociado a una persona y a una serie de habilidades personales se convierte en sabiduría, y finalmente el conocimiento asociado a una organización y a una serie de capacidades organizativas se convierte en Capital Intelectual.

2.2.2. Componentes del talento humano

Según Bueno (2003), es el conocimiento explícito ó tácito e individual ó social que poseen las personas y grupos, así como su capacidad para generarlo, y que resulta útil para la misión de la organización. Este capital está integrado por lo que las personas y los grupos saben y por la capacidad de aprender y de compartir dichos conocimientos con los demás para beneficiar a la organización.

2.2.2.1. Conocimiento

Bueno (2003), define aprendizaje como la capacidad de la persona para responder a las dinámicas de cambio y desarrollo organizacional mediante la adquisición de competencias y conocimiento. Mientras que la educación la define como un conjunto de conocimientos explícitos derivados de un proceso regulado que posee la persona con independencia de su actividad en la organización.

De otra manera, el conocimiento es “el conjunto de saberes de un individuo que le permiten lograr un buen desempeño o tarea, e indican su suficiencia o idoneidad para el citado desempeño” (Bueno, 1996).

2.2.2.2. Experiencia

Según Bueno (2003), la experiencia es el saber que se adquiere con la práctica. De igual forma, es la destreza, talento, experiencia o gracia para ejecutar una cosa o capacidad y disposición para negociar y conseguir unos objetivos con personas, tanto en grupos como individualmente.

2.2.2.3 Creatividad e Innovación

Para Bueno (2003), la creatividad es el proceso por el cual se facilita la aparición de nuevas ideas y consecuentemente por el que se desarrolla la inventiva. A la creatividad se la considera como precursora de la innovación. Para la mayor parte de las organizaciones se trata de una medida crucial que hará que las organizaciones en el medio/largo plazo se diferencien en base a productos o servicios nuevos y de mayor calidad.

2.2.3 Elementos Del Capital Estructural

Bueno (1998), define el capital estructural como propiedad de la empresa, es aquel que reposa en la organización cuando sus miembros la abandonan. Engloba todo el conocimiento que en principio puede estar latente en las personas y equipos de la empresa, de tal modo que la misma consigue explicitar, sistematizar y hacerlo propio para, a través de procesos de trabajo, sistemas de comunicación, patentes y sistemas de gestión, mejorar la eficacia y eficiencia interna de la organización.

2.2.3.1 Actividades Organizacionales

Según CIC (2003), son las acciones de la empresa, divididos en distintas actividades o secuencias y encaminados a la consecución de un objetivo. Entre estos están los procesos de creación y desarrollo, procesos de captación y transmisión de conocimientos y procesos de innovación, entre otros.

4. METODOLOGÍA

La epistemología, refiere García Avilés (2000), se centra en la reflexión crítica de la construcción de las teorías científicas específicas, analizando su estructura, su naturaleza interna, sus principios generales y, cosa muy importante, la relación de estas teorías con los hechos y fenómenos que pretenden describir, explicar y predecir. También trata de establecer los criterios lógicos que se emplearan para aceptar como verdadera o falsa, una teoría.

Ahora bien, pensando el método a utilizar en esta investigación se consideró de campo, ya que la información sobre las variables obtenida por el investigador se llevó a cabo en contacto directo con el objeto de estudio.

El diseño de la investigación señala el camino a seguir por el investigador para lograr los argumentos a las preguntas planteadas en el estudio, siendo definido por Hernández Fernández y Baptista (2010), como el plan o estrategia para responder a las interrogantes de la investigación. Así mismo, el mismo autor señala el diseño como no experimental, pues solo se describe el comportamiento de la variable sin manipular la realidad, ni variar dichas condiciones. Los diseños no experimentales comprenden el análisis de la situación de interés sin que exista la intervención o manipulación expresa de la variable de estudio, repositorios de conocimientos, limitándose únicamente a su descripción.

Población de Estudio

Toda investigación, debe delimitar claramente las unidades de estudio de acuerdo a los criterios que el investigador seleccione. Asimismo, los autores Hernández,

Fernández y Batista (2010), expresan que una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

Para tal fin, en el caso de este estudio, la población se selecciona basada en un conjunto de características homogéneas o específicas según el criterio del investigador, estas especificaciones son: gerentes de las microempresa del Sector ferretero comercial, ubicadas todas en Valledupar, se aclara que se elige ésta ciudad por ser la que las investigadora conoce en el sector ferretero, con la posibilidad de conversar con sus dueños y gerentes para poder observar la estructura organizativa que se poseen, se decide lograr una cantidad de 30 informantes en estas empresas a los cuales serán aplicado un cuestionario. La población se eligió de un universo total de cuarenta y dos (42) ferreterías del sector comercial, ya que son las empresas más grandes que poseen diferentes departamentos de productos que ofrecer.

Cuadro # 2.

Descripción de la Población.

EMPRESAS DEL SECTOR FERRETERO	INFORMANTES / GERENTES
Ferretería EL cache	3
Ferretería Materiales Colombia Ltda	3
Ferretería Gloria	3

Ferretería Mundial	3
Ferretería Trejos	3
Ferretería Vanessa	3
Ferretería Los Cocos	3
Ferretería Cesar	3
Ferretería venta de Cemento Caribe	3
Ferretería La 30	3
TOTAL	30

Fuente: Elaboración Propia, (2016)

HIPOTESIS A PROBAR

¿Cuáles son los componentes del talento humano en las microempresas del sector ferretero en Valledupar?

¿Cuáles son los diferentes elementos del capital estructural que poseen las microempresas?

¿Cómo son los factores de éxito en las microempresas?

¿Cuáles son los tipos de competencias en el marco de la gestión de un negocio como factor de éxito?

¿Cómo serán los lineamientos teóricos de reconocimiento de activos intangibles como factor de éxito en las microempresas?

5. PLAN ADMINISTRATIVO

Objetivo Especifico	Actividades	Presupuesto en pesos	Tiempo invertido
Identificar los componentes del talento humano en las micros empresas	Visita a las Empresas	200.000	1 mes
	Realizar entrevista a gerentes		
	Calcular resultados		
	Apoyo de teorías		
Identificar los diferentes elementos	Investigación por autores		

del capital estructural, que poseen las microempresas	Observación en las empresas	250.000	1 mes
	Entrevista con expertos		15 días
Caracterizar los factores claves en las microempresas.	Lectura y análisis de Documentos del Dane	200.000	15 días
	Identificación de factores claves		1 mes
	Revisión y análisis de historia empresarial		
Establecer los tipos de competencias en el marco de la gestión de un negocio como factor de éxito en las microempresas	Entrevista con expertos en competencias	250.000	2 meses.
	Entrevistas Fenalco		

Fuente: Elaboración Propia, (2016)

6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Se presentan resultados de la investigación, logrados mediante el procesamiento, análisis e interpretación de los datos obtenidos de la población de estudio, recabados a través de la utilización de un cuestionario dirigido a treinta (30) informantes claves. A continuación se observaran las estadísticas anova utilizadas para el análisis de los resultados. Es de aclarar que esta herramienta (anova) se utiliza porque permite una generalización del contraste de igualdad de medias para dos muestras independientes, pero también se aplica para contrastar la igualdad de medias de tres o más poblaciones independientes y con distribución normal como es el caso de este estudio.

DIMENSION COMPONENTES DEL TALENTO HUMANO

ANOVA

Puntaje

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,689	2	,344	,429	,652
Intra-grupos	69,800	87	,802		
Total	70,489	89			

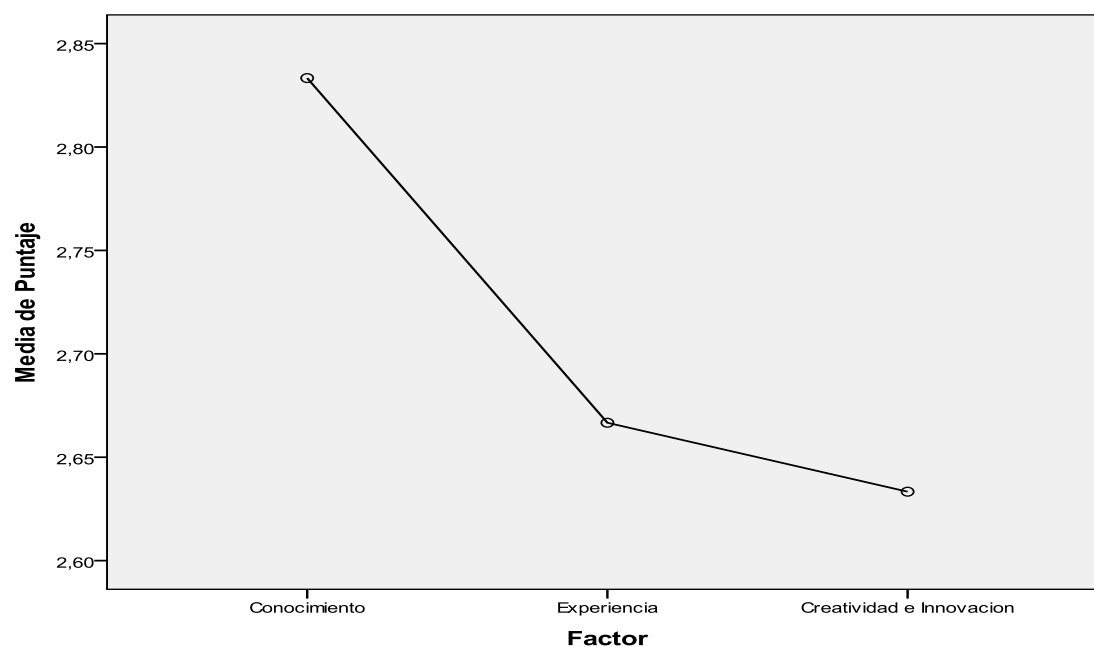
Puntaje

HSD de Tukey^a

Factor	N	Subconjunto para alfa = 0.05
		1
Creatividad e Innovacion	30	2,6333
Experiencia	30	2,6667
Conocimiento	30	2,8333
Sig.		,664

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 30,000.



Se observa que los informantes, casi nunca consideran que la organización le permite como gerente cumplir con el rol de asesor y asesorado por tanto solo el 2,67, del factor experiencia considera que no es tomado en cuenta y expresan que nunca las gerencias basan sus metas en función a la confianza del talento humano sino en gestionar su propio comportamiento como líder.

DIMENSION FACTORES CLAVES DEL ÉXITO GERENCIAL

ANOVA

Puntaje

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,773	4	,443	,591	,670
Intra-grupos	108,767	145	,750		
Total	110,540	149			

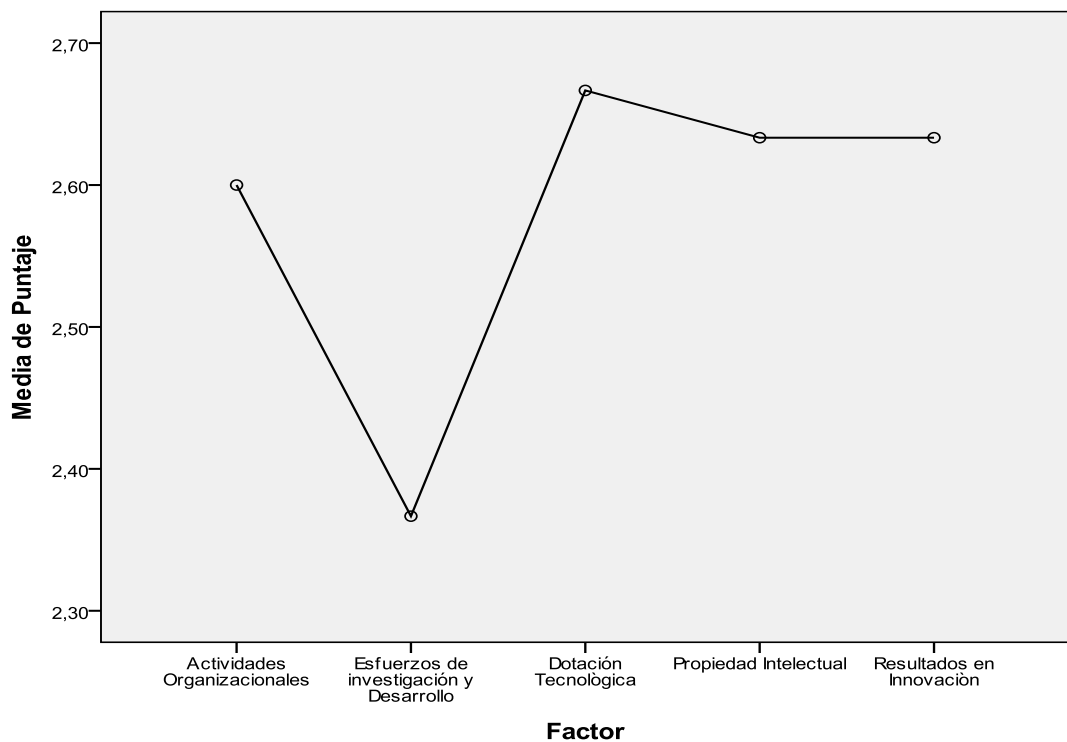
Puntaje

HSD de Tukey^a

Factor	N	Subconjunto para alfa = 0.05
		1
Esfuerzos de investigación y Desarrollo	30	2,3667
Actividades Organizacionales	30	2,6000
Propiedad Intelectual	30	2,6333
Resultados en Innovación	30	2,6333
Dotación Tecnológica	30	2,6667
Sig.		,666

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 30,000.



or;
ad

tividades
unque se

En el mismo contexto, la organización para el cumplimiento de sus actividades cuenta con recursos como: los humanos, materiales, económicos, tecnológicos, y para que la administración

de estos recursos sea eficiente, existen instrumentos o directrices que permiten apoyar la atención o realización de tareas diarias, las cuales se constituyen en elementos eficientes de comunicación, coordinación, dirección y evaluación administrativa.

VARIABLE ACTIVOS INTANGIBLES

Estadísticos de grupo

Factor		N	Media	Desviación tip.	Error típ. de la media
Puntaje	Componentes del Talento Humano	30	2,6733	,09292	,05364
	Capital Estructural	30	2,5860	,09343	,04179

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error tip. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Puntaje	Se han asumido varianzas iguales	,028	,873	1,282	6	,247	,08733	,06811	-,07932	,25399
	No se han asumido varianzas iguales			1,284	4,361	,263	,08733	,06800	-,09546	,27013

A continuación, se observará los resultados para la variable factor del éxito gerencial, mostrando igualmente el comportamiento de los indicadores que se manejaron:

DIMENSION FACTORES CLAVES DEL ÉXITO GERENCIAL

ANOVA

Puntaje

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,289	2	,144	,223	,801
Intra-grupos	56,333	87	,648		
Total	56,622	89			

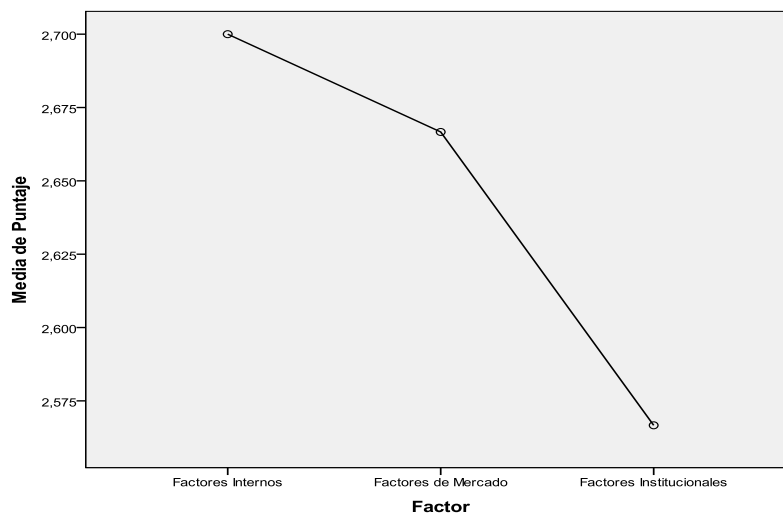
Puntaje

HSD de Tukey^a

Factor	N	Subconjunto para alfa = 0.05
		1
Factores Institucionales	30	2,5667
Factores de Mercado	30	2,6667
Factores Internos	30	2,7000
Sig.		,798

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 30,000.



Se observa que el éxito de una empresa depende, entonces, de su desempeño en cada una de esas dimensiones, lo que implica que los factores internos son importantes al usar enfoques diferentes para medir sus aportes: como entidad económica interesa su eficiencia; como comunidad de trabajo, importa su cohesión y estabilidad, y como célula social, su aporte al bienestar de la sociedad.

Sin embargo se ve, que los factores institucionales son muy bajo y que los gerentes no reciben el suficiente estímulo y motivación para realizar actividades que generen nuevos procesos dentro de la empresa, por lo que no es de interés el desarrollar métodos que influyan en captar más clientes o en el de mejorar el mercadeo de la empresa a la que pertenece.

DIMENSION TIPOS DE COMPETENCIAS

Estadísticos de grupo

Factor	N	Media	Desviación tip.	Error típ. de la media
Puntaje Conocimientos Específicos	30	2,7000	,65126	,11890
Habilidades /Cualidades	30	2,6333	,88992	,16248

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error tip. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Puntaje	Se han asumido varianzas iguales	2,593	,113	,331	58	,742	,06667	,20134	-,33635	,46969
	No se han asumido varianzas iguales			,331	53,139	,742	,06667	,20134	-,33714	,47047

Las competencias dentro de las organizaciones requieren gestionar correctamente sus recursos humanos los cuales se beneficiaran de una ventaja competitiva, pues el éxito de una empresa se basa en la calidad y en la disposición de su equipo humano. Cuanto mejor esté integrado el equipo y más se aprovechen las cualidades de cada uno de sus trabajadores, más fuerte será la Organización.

VARIABLE FACTOR DE ÉXITO

Estadísticos de grupo

Factor	N	Media	Desviación tip.	Error típ. de la media
Puntaje Factores claves del éxito gerencial	30	2,6278	,14290	,04763
Tipos de Competencias	30	2,6250	,12550	,05123

Prueba de muestras independientes										
		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
Puntaje	Se han asumido varianzas iguales	,847	,374	,039	13	,970	,00278	,07192	-,15261	,15816
	No se han asumido varianzas iguales			,040	11,847	,969	,00278	,06996	-,14986	,15542

LINEAMIENTOS TEORICOS PROPUESTOS PARA EL RECONOCIMIENTO DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES COMO FACTOR DE ÉXITO EN LAS MICROEMPRESAS

Lineamientos Teóricos Propuestos

Lineamiento 1

Crear un espacio bajo la supervisión de un Coach que construya escenarios para identificar las competencias personales determinantes de los gerentes, de modo en que se establece la relación consigo mismo y con los demás.

Acción:

Contratar un coach para habilitar los espacios de identificación sobre las competencias personales y sociales de los gerentes

Requerimientos - Tiempo:

Para la aplicación de esta acción se requiere un periodo de dos (2) meses, donde los gerentes

muestren sus capacidades y habilidades, diferenciando el liderazgo en el dialogo entre ellos.

Se requiere de métodos científicos comprobados para la aplicación de encuestas autoadministradas que permitan la identificación de competencias personales y sociales en cada uno de ellos.

Lineamiento 2

Fortalecer el liderazgo de los gerentes a través de mecanismos que promuevan el crecimiento de capacidades personales como sociales con el fin de reducir los escenarios de incertidumbre.

Acción:

Implementar prácticas vivenciales a partir de la experiencia laboral y de un conocimiento propio sobre sus valores, sentimientos y acciones como gerentes en primer plano y luego a los empleados.

Requerimientos - Tiempo:

Para la aplicación de esta acción, se requiere un periodo de un (1) mes, donde los gerentes, coordinadores y empleados, realicen actividades enmarcadas en sus experiencias, para ello se propone:

Crear talleres prácticos vivenciales, bajo la conducción de un coach organizacional, los cuales promuevan el crecimiento personal y social del talento humano directivo.

Lineamiento 3

Diseñar un programa de aplicación de herramientas sobre la inteligencia emocional para sensibilizar a los dueños y gerentes, con el fin de fortalecer el liderazgo y manejo de las

competencias considerando los estilos que intervienen en el mismo, luego en conjunto con los coordinadores y empleados para conformar un solo lenguaje bajo el propósito de fortalecer el capital social.

Acción:

Realizar un análisis de la ejecución de actividades dirigidas al reconocimiento de competencias del gerente en función de sus estilos, orientadas por el coach organizacional presente como responsable de la aplicación de los lineamientos estratégicos propuestos.

Requerimientos - Tiempo:

Para alcanzar la acción propuesta, se sugiere un periodo de dos (2) meses, donde los dueños y gerentes de las ferreterías realicen actividades de encuentro teórico práctico vivenciales que les permita instaurar competencias en función de proponer estrategias la mejora de su actividad como pilar de una organización, para ello se plantea:

Conformar una red de apoyo al coach organizacional, que promuevan la investigación acción, los cuales desarrollen a través del conocimiento un liderazgo como cultura organizacional, con responsabilidad social, buscando la diferencia en el logro de cada docente.

Realizar estrategias que enmarquen a la empresa a considerar la investigación acción valorando el ingenio y la experiencia de los actores que en ella residen.

Lineamiento 4

Promover y difundir a toda los empleados guías de sinergia, donde se cree alrededor de la empresa un clima de cooperación y ayuda mutua en sus opiniones de trabajo, en la familia y en la

empresa, lo cual le permitirá tomar conciencia de la importancia de la coordinación, el apoyo, la humildad para aprender, la visión común, la creatividad y la libertad para generar impecabilidad en sus acciones.

Acción:

Realizar un folleto o guía digital e impreso que proporcione detalles sobre mecanismos que promueven el crecimiento y fortalecimiento del talento humano que integra las empresas como un todo.

Requerimientos - Tiempo:

Para alcanzar la acción propuesta, se sugiere un periodo de tres (3) meses, donde los gerentes y dueños de las ferreterías promocionen en sus colaboradores la cooperación y participación así como valores y principios para ejercer la labor que tienen en un ámbito generoso y de práctica social, mostrando la buena praxis desde lo moral y la intención.

CONCLUSIONES

Para el primer objetivo, se evidencio pocos lineamientos que fortalezcan el reconocimiento de activos intangibles como factor de éxito en las microempresas, por lo que no existen procesos de atención al usuario, manuales de servicio, capacitaciones continuas que determinen el crecimiento personal y profesional de los integrantes de las microempresas del sector ferretero de Valledupar.

En este sentido, las microempresas ferreteras del sector comercial en Valledupar requieren fortalecer la selección del talento humano, también las capacidades y potencialidades organizacionales, entre otros, y, a través de la implementación de los lineamientos propuestos se conseguirá realizar prácticas de mercadeo y estudios de marketing, utilizando de la información que día a día va recabando la empresa, del mismo accionar empresarial.

En cuanto al objeto dos, se evidenció que los componentes más resaltantes son el conocimiento y la experiencia, sin embargo, las empresas no mantienen capacitaciones que fortalezcan el liderazgo, concluyéndose que se requiere un coach que permita a través de talleres vivenciales que los gerentes promuevan el crecimiento de capacidades personales como sociales, afianzando el trabajo de equipo para lograr las metas.

También en el segundo objetivo se comprobó que existen elementos como la dotación tecnológica que se hacen imprescindibles y a los cuales se requiere que las empresas presten atención a través de actividades organizacionales que den resultados de innovación.

Se comprobó que en las empresas en cuanto al objetivo tres, para los factores de éxitos, existen pocas herramientas utilizadas hacia concientizar la inteligencia emocional tanto en los dueños de

las microempresas ferreteras como en sus colaboradores, a fin de sensibilizar y reconocer las competencias de cada uno para robustecer su capital intelectual.

Se concluye que, el clima organizacional según las percepciones de los trabajadores acerca de las estructuras y procesos que existen en su medio laboral, no son tan adecuadas y que se requiere manejar a través de talleres y cursos, la vivencia de hacer equipos de sinergias y colaboración continua en cada área.

Por último, para el objetivo dedicado a establecer los tipos de competencias en el marco de la gestión de un negocio como factor clave de éxito en las microempresas, se establecieron que las competencias utilizadas en estas microempresas en el marco de la gestión de un negocio como factor clave de éxito fueron las básicas, y se requiere ahondar más en el aprendizaje y aplicación de competencias gerenciales y generales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bavaresco, A. (1997). Las Técnicas De La Investigación. Editorial Anauco 4ta Edición. Venezuela.

Davenport, T; Prusak, I. (2001). Conocimiento en Acción: cómo las organizaciones manejan lo que saben. Prentice Hall. Buenos Aires, Argentina

Ernst, A. (2011), Manual de gestión por competencia en las organizaciones,

Gómez, F. (2011) Integración de Actividades Organizacionales, Mc Graw-Hill Interamericano, S.A. México.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. Mc Graw-Hill Interamericano, S.A. México.

Hernández y Cols (2001) Metodología de la Investigación Científica, Mc Graw-Hill Interamericano, S.A. México.

Hernández et al. (2006), Metodología de la Investigación. 4ta Edic. DF, México. McGraw Hill.

Kume, L. (2010), Creatividad e Innovación Empresarial, Mac. Graw – Hill, Bogotá.

Martínez E. y Martínez, F. (2009), Capacitación por Competencias, Principios y métodos. Inscripción N° 179.050. Santiago de Chile. Derechos reservados.

Méndez, C. (2003) Éxitos en la investigación cuantitativa, McGraw Hill.

Méndez, C. (2008) Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación. Mac. Graw – Hill.

Ordoñez de Pablos (2002), Medición y elaboración de Informes de Capital intelectual: el desafío. Madrid, España

Parra, J. (2000) Población y Muestra para estudios cuantitativos. Mc Graw-Hill Interamericano, S.A. México.

Sabino, C., (2007), El proceso de investigación. Editorial Panapo. Caracas, Venezuela.

Sierra, B (2008). “Ciencias Sociales, Epistemológicas, Lógica y Metodológica, Teoría y Ejercicios.” Prentice Hall.

Tamayo y Tamayo, M. (2000), El proceso de la investigación científica. Limusa Noriega Editores. México.

Anaya H. (2006). Análisis Financiero Aplicado y Principios de administración Financiera. 13 Edición. Bogotá. Colombia

Añez H., Carmen. (2005). El capital intelectual: Nuevo enfoque de la flexibilización laboral. Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año 10. N° 30, 2005, 310-324 Universidad del Zulia (LUZ). ISSN 1315-9984

Arias F. (2004). El proyecto de investigación 2004. Editorial Episteme. Caracas Venezuela.

Ayuso A. (2004). Nociones básicas sobre el capital humano, el capital relacional y el capital estructural. Web. <http://www.sht.com.ar/archivo/temas/intangibles.htm>. Julio 2010.

Ballestrini M. (2006). Como se elabora el proyecto de Investigación. Editorial B.L. Consultores Asociados. Caracas. Venezuela.

Barceló M. (2001). Hacia una Economía del Conocimiento. ESIC-Editorial. Madrid. España

Barrera M. (2009). Análisis en Investigación. Editorial Quiron S.A. Cica-Sypal. Caracas. Venezuela.

Baruch L. (2003). Intangibles: medición, gestión e Información. Editorial: Deusto S.A. Ediciones. Madrid, España

Blanco, Neligia. (2000). Instrumentos de Recolección de Datos Primarios. Colección FCES 2000. Maracaibo. Dirección de Cultura de la Universidad del Zulia.

Bologna, J.; Walsh, M. (1997). El Contador Manual de Tecnologías de la Información. John Wiley and Sons. E.E.U.U.

Bueno, E. y Col. (1999). “Gestión del Conocimiento y Capital Intelectual: análisis de experiencias en la empresa española”. Actas X Congreso AECA. Zaragoza.

Brooking A. (1997). El capital intelectual: el principal activo de las empresas del tercer milenio. Paidós Iberica S.A. Barcelona España.

Copeland y Col. (2004). Valoración, Medición y Gestión del Valor. Editorial Deusto. Barcelona, España.

Corbetta P. (2003). “Metodología y Técnicas de Investigación Social, Editorial Mc. Graw Hill, Madrid, España.

Davis D. (1999). “Estadística para la Administración y Economía. Editorial Thomson Editores, Ciudad de Mexico, México.

Dochado A. (2003). ¿Quiero vender mi negocio: ¿Cuánto vale? Primera Parte. Disponible en <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera>. Julio 2010.

Druker, P. (1993). Sociedad Poscapitalista. Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

Edvinsson L. y Malone M. (2000). El Capital Intelectual. Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

Estupiñan R. (2006). Control Interno y Fraudes. Ecoe Ediciones. Segunda edición. Bogotá, Colombia.

Fernández G. (2004) (Coord). Las competencias: Clave para una gestión integrada de los recursos humanos. HayGroup. Ediciones Deusto. España.

Fernández P. (2005). Valoración de Empresas. Editorial Gestión 2000. Barcelona, España.

Fong C. (2003). Rol que juegan los activos intangibles en la construcción de ventaja competitiva sustentable en la Pequeña y Mediana Empresa un estudio de casos con empresas de Cataluña y de Jalisco.

Genova A. (2003). La realidad de la Pyme colombiana. Desafío para el desarrollo 2003. Programa Mejoramiento de las Condiciones de Entorno Empresarial, FUNDES Colombia.
<http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1241969270.pdf>. 2003.

Gutiérrez L. (1992). Finanzas Prácticas Para Países En Desarrollo. Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

Hernández R.; Fernández C. y Baptista P. (2006), Metodología de la Investigación Ciudad de México. México. Editorial Mc Graw Hill.

Kaplan R. y Norton D. (1992). Cuadro de Mando Integra. (Balance Score Card). Editorial Gestión 2000. Barcelona, España.

Kaplan R. y Norton D. (2004). Mapas Estratégicos. Editorial Gestión 2000. Barcelona, España.

Hurtado de Barrera, Jacqueline (2010). Metodología de la Investigación. Guía para la comprensión holística de la ciencia. CIEA-Sypal. Cuarta Edición. Caracas. Ediciones Quirón.

León M. (2007). “Medición del conocimiento. Métodos y procesos para medir”. Revista: ACIMED. vol.15, no.3. La Habana, Cuba.

León M. (2006). Medición del conocimiento. Enfoques, métodos y Reflexiones. Disp.<http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/eventos/index/assoc/HASH0170/8f30df9b.dir/doc.pdf>. Julio 2010.

Mantilla S. (2004). Capital Intelectual y Contabilidad del Conocimiento. Editorial 2004. Tercera Edición. Bogotá, Colombia.

Martin y col. (2000). Manual de Valoración de Empresas. Editorial Ariel Economía. Barcelona, España.

Marx C.; Engels F. (1980). Teoría Sobre la Plusvalía. Tomo IV del Capital. Fondo de Cultura Económica. Traductor: Wenseslao Roces. Ciudad de México. México.

Medina C. y Espinosa M. (1997). “Tecnologías de la Información”. Gestión y Estrategia No. 11 - 12 Número doble. Enero Diciembre, 1997. Universidad Autónoma de México

Méndez C. (2003). Metodología, Diseño y Desarrollo del proceso de Investigación. Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá, Colombia.

Ordóñez P. (1999). Importancia estratégica de la medición del capital intelectual en las organizaciones. Web. http://www.injef.com/revista/empresas/pop_991217.htm. Julio 2010.

Ortiz H. (2006). Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera. Departamento de Publicaciones Universidad Externado de Colombia. Editorial Panamericana Formas Impresas S.A. Bogotá, Colombia.

Parra, J. (2006). Guía de Muestreo. 2da. Edición. Colección XLV Aniversario de FCES. Maracaibo. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia.

Quintero A. (2008). Activos intangibles determinantes del capital intelectual en empresas del sector construcción, Municipio Valera, Estado Trujillo. Web. http://tesis.ula.ve/pregrado/tde_busca/archivo.php?c. Julio 2010.

Ramírez, H. (2001). Innovación y capital intelectual. Bases de la fuerza competitiva de las naciones y de las organizaciones: tendencias y perspectivas. Recopilado por: VI Congreso del CLAD. Ciudad de México. México.

Ramírez, J. (1998). Educación y Calidad Total. Segunda Edición. Grupo Editorial Iberoamericana. Ciudad de México, México.

Ricardo D. (1994). Principios De Economía Política Y Tributación. Fondo De Cultura Económica S.A. Ciudad de México. México.

Risquez M. y col. (1999). Metodología de la Investigación Manual Práctico. Editorial Lumosa. Madrid, España.

Sabino C. (1992). El Proceso de Investigación. Editorial Panapo. Caracas, Venezuela.

Smith A. (2001). La Riqueza de las Naciones. Colección de Economía. (Spanish Edition). Reimpresión 2001. México. D.F. México. Ediciones Orbis SA.

Suárez T., Martín M. (2008). Impacto de los capitales humano y organizacional de las PYME. Vol. 21N3509. Disponible en: <http://cuadernosadministracion.javeriana.edu.co>

Stewart G. (2000). En Busca del Valor. La Biblia de las Finanzas Empresariales. Barcelona, España. Gestión 2000.

Tamayo y Tamayo, M. (2004). El proceso de investigación científica. Editorial Noriega. Ciudad de México, México.

Vargas G. (2006). Introducción a la teoría económica, un enfoque Latinoamericano. Segunda Edición. Pearson Educación de México S.A. México.

Vargas P. (2003). “El impacto de los activos intangibles tecnológicos sobre los resultados empresariales: Una aplicación al sector manufacturero español”. Revista Madrid. Numero 19. Octubre – noviembre 2003. Madrid, España.

Vega R. (2005). “La objetividad y la subjetividad en el desarrollo de la ciencia de la información”. Acimed. Volumen 13. Numero 3. Mayo-Junio 2005. La Habana, Cuba.

ANEXO

CUESTIONARIO SOBRE EL RECONOCIMIENTO DE ACTIVOS INTANGIBLES COMO FACTOR CLAVE DE ÉXITO EN LAS MICROEMPRESAS

INTERROGANTES.	SIEMPR	CASI	ALGUN	RARA	NUNCA
Conocimiento					
1. Comparten la cultural a través del conocimientos con los demás para beneficiar a la organización					
2. Toman atribuciones sobre la planificación de las actividades para el desarrollo de las capacidades					
3. El individuo es quien posee el conocimiento aplicado a los procesos específicos de la empresa					
Experiencia					
4. Se adquiere con prácticas internas en la empresa el desarrollo de capacidades de negociación					
5. Se consiguen objetivos personales a través de la práctica.					
6. Consideran la participación de otros individuos para resolver problemas logrando objetivos personales					
Creatividad e Innovación					
7. Forman equipos de trabajo bajo un mismo nivel jerárquico para innovar					

8. Desarrollan nuevas ideas en función de solucionar problemas.					
9. Reciben instrucciones directamente para implementar nuevas formas de producción					
Actividades Organizacionales					
10. La organización para el desarrollo de actividades proporciona recursos tecnológicos					
11. Establecen procesos encaminados a lograr la unidad de esfuerzo entre las distintas partes					
12. Superan el rendimiento rebasando las expectativas de tareas diarias					
Esfuerzo en Investigación y Desarrollo					
13. Asumen los espacios de trabajo creativo					
14. Establecen las metas comunes en función de sus miembros					
15. Resaltan el desempeño en función de aumentar conocimientos de la realidad empresarial					
Dotación Tecnológica					
16. Valoran la información interna de la empresa					
17. Comparten bases de datos respetando los existente					
18. Realizan acciones para incorporar tecnologías					

Propiedad intelectual					
19. La protección que se ejerce sobre las ideas					
20. Analizan la Propiedad Intelectual se realiza a través de la legislación					
21. Valoran los resultados considerando el esfuerzo conjunto bajo licenciamientos empresariales					
Resultados de Innovación					
22. Incorporadas las mejoras en los productos					
23. Perciben en términos de costos los procesos					
24. Realizan Innovación a partir de los procesos estudiados					
Factores Internos					
25. Las condiciones de operación de la empresa que determinan la eficiencia productiva					
26. Intercambian información para satisfacer las necesidades del momento					
27. El clima organizacional acerca a los trabajadores a los procesos que se realizan en la empresa					
Factores de Mercado					
28. Orientan los esquemas de trabajo hacia la formulación de planes de mercado					

29. Persiguen la eficiencia productiva por vigilancia de otras empresas					
30. La estrategia de la empresa es reconocida por influir en los precios del mercado					
Factores Institucionales					
31. Consideran las regulaciones económicas que enmarcan el accionar de la empresa					
32. Se determina la productividad como factor de competitividad					
33. Se producen efectos sinérgicos de las redes productivas en que están insertas					
Conocimientos Específicos					
34. Introduce la noción del hacer en función del conocimiento en la productividad de la empresa					
35. Consideran la incorporación de procesos tecnológicos para el fortalecimiento del aprendizaje técnico.					
36. Consideran las limitaciones en actividades financieras					
Habilidades/cualidades					
37. Emplean las habilidades de los equipos para enfrentar los desafíos del día a día					
38. El trabajo desempeñado va alineado con las competencias profesionales de los equipos de trabajo					

39.Promocionan una gestión de la empresa más ajustada al activo intangible humano utilizando las características clave que tiene el personal actual					
---	--	--	--	--	--

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
FACTORES DE EXITOS EN LAS PYMES FERRETERAS DEL SECTOR CENTRO DE VALLEDUPAR. 2016-2017		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
SUAREZ CHACON	FRANCIA ELENA	
CARRANZA DIAZ	MIRYAM YANETH	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
POLANIA CERINZA	YOLY TATIANA	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
ESPECIALIZACION ALTA GERENCIA	Pregrado	
	Especialización	XXX
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
BOGOTA	2018	36
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
ACTIVOS INTANGIBLES	INTANGIBLE ASSETS	
FACTOR DE EXITO	SUCCESS FACTOR	
INNOVACION	INNOVATION	
CULTURA ORGANIZACIONAL	ORGANIZATIONAL CULTURE	
TALENTO HUMANO	HUMAN TALENT	
COMPETENCIAS	COMPETENCES	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>Analizar el reconocimiento de activos intangibles como factor de Éxito para la generación de lineamientos teóricos en las pequeñas empresas</p> <p>Se observa a través del trabajo de campo agotamientos en las soluciones tanto estructurales como tecnológicas que se deben implementar en las microempresas en Valledupar Colombia, teniendo elementos causales como la poca valorización a los recursos, poco valor a las capacidades competitivas desde el conocimiento, del mismo modo se encuentra la mínima divulgación de un proceso de innovación y generación del conocimiento, falta de documentación de procesos (memoria tecnológica), poco interés de asimilación, adaptación de nuevas tecnologías.</p>		

En el mismo entorno, las empresas requieren de clima organizacional donde el trabajador se siente libre de expresar acerca del medio laboral en que se encuentran, así como lograr un aprendizaje de pautas de comportamiento que rigen la organización para lograr un clima en una cultura organizacional adecuada con todos los componentes requeridos para su desempeño.

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

FRANCIA ELENA SUAREZ CHACON con C.C. N° 36.345.864

MIRYAM YANETH CARRANZA DIAZ con C.C. N° 49.745.990

actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado),
(presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título

**FACTORES DE EXITOS EN LAS PYME FERTERAS DEL SECTOR CENTRO DE VALLEDUPAR
2016 – 2017.** Elaborada para efectos de graduación, optar el título de Especialista
en Alta Gerencia.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en
formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de
uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23
de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los
derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca,
comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o
autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico
o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet,
extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por
conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia
o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos
de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por
parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención,
asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en
defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, el año 2018 del mes
Abril a los 30 días.

FIRMA

Firma



c.c.

49745990

Firma FRANCIA SUAREZ.

c.c.

36345864